Deutscher Bundestag **Drucksache 17/4158**

17. Wahlperiode 06. 12. 2010

Antwort

der Bundesregierung

auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Volker Beck (Köln), Priska Hinz (Herborn), Dr. Gerhard Schick, weiterer Abgeordneter und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
– Drucksache 17/3816 –

Anzeigenkampagne der Bundeskanzlerin

Vorbemerkung der Fragesteller

Am 17. November 2010 erschien parallel zur Berichterstattung über den CDU-Parteitag in Karlsruhe eine Anzeige der Bundesregierung mit folgendem Wortlaut:

„Danke, liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger, Sie haben Deutschland zu dem Land gemacht, das die weltweite Wirtschaftskrise am besten gemeistert hat. Ohne die gemeinsame Anstrengung aller wäre uns das nicht gelungen. Sie haben sich trotz Sorgen und Belastungen nicht beirren lassen – und so mit Gemeinsinn und Leistung etwas erreicht, was noch vor Monaten undenkbar schien.

Die Welt schaut auf unser Land und spricht von einem Wunder. Ich glaube nicht an Wunder – aber ich glaube an die Menschen in diesem Land: an Ihre Ideen, an Ihre Vernunft, an Ihr Engagement.

Auch wir in der Bundesregierung haben dafür gearbeitet, die Auswirkungen der Krise in Grenzen zu halten. So hat die Kurzarbeiterregelung geholfen, Arbeitsplätze zu sichern und Fachkräfte zu halten. Die finanziellen Entlastungen für Unternehmen und Familien haben ebenfalls gewirkt.

Jetzt geht der Blick nach vorne. Vor uns liegen große Aufgaben. Die christlich-liberale Regierung packt sie entschlossen an – wie versprochen.

Erstes Versprechen: Wir sichern die Finanzen. Wir sparen, um handlungsfähig zu bleiben und investieren zu können. Wir sparen an vielen Stellen, aber nicht an der Zukunft. Das zeigt sich zum Beispiel bei Bildung, Energie und Gesundheit.

Zweites Versprechen: Wir schaffen die Bildungsrepublik. Wir wollen Kindern aus Familien mit niedrigem Einkommen helfen – etwa mit Nachhilfe, warmem Essen in der Schule und einem Zuschuss für Freizeitaktivitäten. Bildungslotsen helfen gefährdeten Jugendlichen bei Schulabschluss und Berufseinstieg. Bund und Länder schaffen viele neue Studienplätze. Wir helfen Studenten mit mehr Bafög und dem neuen Deutschland-Stipendium. Wir fördern Forschung und Innovation mit Milliardeninvestitionen.

Die Antwort wurde namens der Bundesregierung mit Schreiben des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung vom 2. Dezember 2010 übermittelt.

Die Drucksache enthält zusätzlich – in kleinerer Schrifttype – den Fragetext.

Drittes Versprechen: Wir sichern die Energieversorgung. Sie soll zuverlässig, bezahlbar und umweltfreundlich sein. Dafür haben wir als erste Regierung ein langfristiges Energiekonzept vorgelegt. Das Zeitalter von Kohle und Öl geht zu Ende. Bis 2050 sollen 80 Prozent des Stroms aus erneuerbarer Energie stammen – das wäre Weltrekord.

Viertes Versprechen: Wir gestalten die Finanzierung des Gesundheitswesens so, dass die hervorragende medizinische Versorgung in Deutschland langfristig bezahlbar bleibt: für alle Versicherten, für jedes Alter, für jeden Geldbeutel. Mit einem fairen Sozialausgleich. So verhindern wir, dass viele Arztpraxen und Krankenhäuser schließen müssen.

Wir haben in den letzten Monaten gesehen, was wir gemeinsam erreichen können. Wenn wir diesen Gemeinsinn bewahren, liegt eine gute Zeit vor uns.“

1. Warum sind die Anzeigen der Bundesregierung einen Tag nach dem CDU-Parteitag in Karlsruhe, am 17. November 2010, im Rahmen von dessen Berichterstattung erschienen?

Die Bundesregierung hat die Pflicht, die Bürgerinnen und Bürger über ihre Beschlüsse und Vorhaben zu informieren. Anlass für die Schaltung der Anzeige sind in diesem „Herbst der Entscheidungen“ die großen Projekte, die die Bundesregierung auf den Weg gebracht hat, sowie die Verabschiedung des Zukunftspakets im Deutschen Bundestag. Es ist ein Kernstück der Regierungspolitik, mit dem die Bundesregierung ihrer Verantwortung für eine sichere und solide Haushaltsführung nachkommt.

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung orientiert seine Entscheidungen über Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit am jeweiligen Gesetzgebungsverfahren. Parteitermine spielen dabei keine Rolle.

2. Welche Stelle in der Bundesregierung hat wann den Vorschlag für diese Informationskampagne gemacht?

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung hat die Anzeigenschaltung seit Mitte Oktober 2010 geplant und vorbereitet.

3. Welche Stelle in der Bundesregierung hat wann das Datum 17. November 2010 für das Erscheinen der ersten Anzeigen festgelegt, und welche Stellen waren daran beteiligt?

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung hat die Anzeigenschaltung geplant und durchgeführt. Der Schaltzeitraum wurde am 26. Oktober 2010 festgelegt und gebucht.

4. Gab es einen Austausch mit Stellen in der CDU-Parteizentrale, und wenn ja, wann, und mit wem (bitte auflisten)?

Nein.

5. Wann war welche Stelle der Bundesregierung an der Ideeentwicklung, Inhalt und Form der Anzeige beteiligt?

Siehe Antwort zu Frage 2. Der Anzeigenentwurf wurde mit dem Bundeskanzleramt abgestimmt.

6. Wann wurden die Angebote für die Anzeigen eingeholt, und wann über welche Stellen der Bundesregierung in Auftrag gegeben (bitte jede Anzeige einzeln aufschlüsseln)?

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung hat die Anzeigenschaltung über die Schaltagentur, mit der ein Rahmenvertrag besteht, am 26. Oktober 2010 gebucht.

7. Welche Stelle der Bundesregierung war an der Auswahl der Themen beteiligt?

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung und das Bundeskanzleramt.

8. Gab es zwischen den zuständigen Stellen der Bundesregierung, der für die Anzeige verantwortlichen Werbeagentur oder einer ähnlichen, an der Anzeige beteiligten Stelle, einen Austausch über Inhalt, Format, Form oder Zeitpunkt der Werbeanzeige mit einer Stelle der CDU?

   Wenn ja, mit welcher Stelle?

Nein.

9. Wird die Bundesregierung selbst beim Bundesrechnungshof um die Prüfung des kompletten Vorgangs der Anzeigenschaltung bitten, oder hat nach Kenntnis der Bundesregierung der Bundesrechnungshof bereits die Prüfung aufgenommen?

Nein.

10. Aus welchem Grund hat die Bundeskanzlerin
    a) kein Wort über die Beteiligung des Finanzsektors an den Kosten der Finanzkrise verloren,
    b) kein Wort über unsoziale Stipendienprogramme verloren und nur die minimale BaföG-Erhöhung genannt,
    c) kein Wort über die Laufzeitverlängerung der Atomkraftwerke und die Endlagerproblematik verloren,
    d) kein Wort über die entstehenden Zusatzkosten für die Versicherten in der Gesundheitspolitik verloren?

Die Anzeige besteht naturgemäß aus kurzen Informationen. Die weiterführenden Informationen sind auf den Internetseiten der Bundesregierung und der Bundeskanzlerin zu finden, auf die die Anzeige ausdrücklich hinweist.

11. Wie viel hat welche Anzeige (jeweils einzeln nach Medium auflisten) gekostet?

Die Schaltkosten der Anzeige sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

Medienart	**Schaltkosten**
Print/Online	**in T€**
Print	
Regionale Tageszeitungen 387 Titel	1 504
Überregionale (Tages-)Zeitungen	
FAZ, Welt, FR, Hürriyet, ND, FTD, Handelsblatt, Süddeutsche, Taz, WamS, FAS, Die Zeit, Rheinischer Merkur	223
Kaufzeitungen	
Bild, BZ, Münchner Merkur, Express, Hamburger Morgenpost, Abendzeitung, Berliner Kurier, Mopo für Sachsen, BamS	329
Publikumszeitschriften	
Spiegel, Focus, Prisma, rtv, Stern, SuperIllu	347
Online	
Onlineauftritte der o.a. Printtitel (ohne rtv/ prisma) + Webportale Gmx, Web, t-online, msn	360
Gesamt gebucht	**2 763**

12. Teilt die Bundesregierung die Auffassung der Fragesteller, dass die Anzeigen der Bundeskanzlerin stärker zur Desinformation als zur Information der Bürgerinnen und Bürger beigetragen haben?

Nein.

Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin, www.heenemann-druck.de
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 10 05 34, 50445 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Fax (02 21) 97 66 83 44, www.betrifft-gesetze.de
ISSN 0722-8333